



<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Aine	Liiketaloustiede: markkinointi	Päivämäärä	30.4.2003
Tekijä(t)	Nina Wikström	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	102
Otsikko	Asiakkaiden tyytyväisyys digitaalisen television palvelukokonaisuuden laatuun		
Ohjaaja(t)	KTT Rami Olkkonen		

#### Tiivistelmä

Suomessa aloitettiin 27.8.2001 digitaaliset televisiolähetykset. Digi-tv:n myötä luvattiin asiakkaille parempaa kuvaa, lisäkanavia, monipuolisempaa ohjelmatarjontaa höystettynä lisäarvopalveluilla, kaksisuuntaisuutta, tulevaisuuden tekstitelevisio sekä monia muita palveluja. Osa lupauksista lunastettiin osaksi jo tuolloin, mutta paljon jäi vielä puuttumaan. Digi-tv kehittyy koko ajan ja palveluiden määrä kasvaa jatkuvasti. Miten digi-tv sitten kohtaa asiakkaan tarpeet ja odotukset tällä hetkellä? Suomessa toimii kaksi tv-verkkoa rinnakkain: vanha analoginen ja uusi digitaalinen. Tulevaisuudessa analogiset lähetykset on tarkoitus lakkauttaa. Näin ollen uuden toimintatavan omaksumisen kannalta on erittäin tärkeää, että uusi verkko toimii moitteettomasti ja pitää käyttäjänsä tyytyväisinä. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on tutkia, *millainen on asiakkaiden tyytyväisyys digi-tv:n palvelukokonaisuuden laatuun*.

Tutkimuksen lähestymistapa on kvalitatiivinen, ja tiedonkeruumenetelmänä käytettiin pari- ja ryhmähaastatteluita. Aluksi tutkimuksessa tutkitaan teoreettisen viitekehyksen pohjalta palveluja ja niiden luonnetta. Palvelu nähdään tutkimuksessa tarjoomana, joka voi sisältää useita eri komponentteja, joista osa on abstrakteja toimintoja ja osa fyysisiä tuotteita. Ottaen huomioon tutkittavan kohteen uutuuden ja luonteen katsottiin aiheelliseksi käsitellä palvelujen yhteydessä myös lyhyesti innovaatioita ja niiden erityispiirteitä. Teoreettisessa viitekehyksessä tarkastellaan myös asiakastyytyväisyyttä ja sen suhdetta palvelun laatuun sekä asiakkaan laatukokemuksen muodostumista. Asiakkaan kokema palvelun laatu ymmärretään tutkimuksessa uudistetun 4Q-mallin avulla. Mallissa palvelu käsitteellistetään palvelutarjoonnan kautta, ja tästä syystä malli tukee tutkimuksen määritelmiä ja tavoitteita. Uusi 4Q-malli käsittelee koettua laatu odotusten ja kokemusten suhteen avulla huomioiden imagon vaikutuksen. Teoreettisen viitekehyksen pohjalta suoritetaan tutkimus asiakkaiden tyytyväisyydestä digi-tv:n palvelukokonaisuuden laatuun.

Tämän tutkimuksen vastausten pohjalta voidaan todeta, että digi-tv:n laatukokemukset eivät vielä täysin vastaa asiakkaiden sille asettamia odotuksia. Pääsääntöisesti digitelevisio tulee parantaa suoritustaan kaikilla laadun osa-alueilla kohdatakseen asiakkaan laatuodotukset ja saavuttaakseen asiakastyytyväisyyttä. Kuitenkaan ei voida todeta, että digi-tv olisi täysin epäonnistunut tekemään käyttäjänsä tyytyväiseksi. Sitä käytetään edelleen pääsääntöisesti samaan tapaan kuin perinteistäkin televisiota, ja tässä tehtävässä se täyttää paikkansa hyvin. Sen kautta tuotettavat vielä vähäisetkin palvelut tuovat käyttäjälleen joitakin etuja perinteiseen televisioon verrattuna. Haastatteluissa näihin lisäarvopalveluihin oltiin melko tyytyväisiä. Ongelman muodostaa palvelujen vähyys ja toiminnan epävarmuus. Asiakastyytyväisyyden lisääminen vaatii palvelujen monipuolistumista, kanava- ja ohjelmatarjonnan lisääntymistä ja ennen kaikkea moitteetonta toimivuutta. Kehityssuunta on oikea. Tällä hetkellä kuitenkin voidaan vielä todeta, että palvelun tuottama suurin lisäarvo on heikoilla näkyvyysalueilla virheetön kuva. Myös digi-tv:n kanavatarjonta koettiin lisäarvona kotitalouksissa, joissa analogisella puolella näkyvät vain neljä pääkanavaa. Nämä tekijät varmasti toimivatkin tänä päivänä suurimpana innoittajana digi-tv-palvelun käyttöönotolle.

Asiasanat	Palvelun laatu, asiakastyytyväisyys, digi-tv, palvelu, innovaatio
Muita tietoja	Salainen 12.5.2008